

提案类别

社会建设

中国人民政治协商会议
桓台县第十五届委员会第三次会议
提 案

第153123号

案由	关于对电梯广告进行规范管理的建议
----	------------------

提案者	赵 峰	联系电话	13953381536
单位及 通讯地址	桓台县政协机关		

联名提案者

姓名	单位及通讯地址	电话

理由及问题分析：

近些年来随着新媒体行业的不断发展，电梯广告出现在大众身边的频次不断增多。电梯广告是指以电梯轿厢为媒介，投放广告的媒体新形势，具有高曝光率、时效性强、强制观看、费用低等特点。电梯广告在传统广告里，算是比较精准的，也是近年来相当火的广告投放形式。虽然乘电梯不需要花很多时间，但由于乘电梯时手机没有网络信号，此时人们会发自内心地想要缓解无聊，因此，在一些高档写字楼、酒店、住宅的电梯内悬挂的广告，自然会成为人们等待电梯时的关注点。

通过调研发现，在我县个别商超及部分小区等，都存在在电梯内悬挂广告的现象。但随着电梯广告这一新事物的走红，逐渐显现出诸多问题，部分广告商及物业由于利益驱使及缺乏有效管理，而且电梯广告大多数涉及购物、饮食、装修、美容等；甚至还经常出现一些擦边整形、美容等的低俗广告，因此规范管理电梯广告的工作势在必行。现阶段电梯广告规范管理还面临着几方面阻碍。

存在的问题：

（一）电梯广告种类繁多

很多物业管理部门没有实行规范化、有序化的统一管理。小区电梯广告大多呈无序发展状态，各种各样的小广告应有尽有，电梯轿厢俨然成了“广告栏”，尤其是一些“辣眼”“露骨”的例如推销上门按摩、丰胸、医美等小广告，不少都衣着暴露、言语暧昧，更是让小区的业主尤其是面对孩子的问询时很是尴尬。大量的成年人医美广告、不正规的辅导机构广告，容易对未成年人造成不良影响。

（二）广告收益用途不明

除了广告发布内容方面的问题，商业广告带来的收益一直是笔糊涂账。根据国务院《物业管理条例》明确指出，利用物业共用部位、共用设施设备进行经营的，应当在征得相关业主、业主大会、物业服务企业的同意后，按照规定办理有关手续。数十万甚至上百万一笔的广告费用，业主的知情权很少得到保障。在引入广告这件事上，物业工作流程不合规一直是普遍问题，公共空间在业主毫不知情的情况下被出租，事后再把钱分到业主手中，甚至有些物业还不把租金用于业主身上，物业在出租公共部位和公共设施之前，大都没有考虑过业主对出租公共空间的知情权。

建议和办法：

第一，应由政府相关部门牵头，细化县域内电梯广告投放管理细则，规范电梯广告的投放和管理。电梯广告内容不得违反《中华人民共和国广告法》的规定；不得发布生殖系统、泌尿系统、肛肠、不孕不育、乳腺疾病和丰胸的产品或服务广告内容；医疗、药品、保健食品、医疗器械等广告应进行限制；多媒体广告显示屏的使用应进行限制；保证小区宣传栏用于发布公益广告，不得发布商业广告。

第二，政府监管部门应督促物业应积极承担起管理的主体职责，明确电梯广告投放流程。住宅小区商业广告设置应征得业主大会同意，未设立业主大会的由物业服务机构将广告经营方案在小区内公示征求全体业主，业主同意后方可实施。物业服务机构等广告经营单位与广告发布单位应签订权责明晰的协议，就广告发布位置、发布时间、发布内容、费用标准、责任承担等进行详细约定，且不得有违反相关法律法规的约定。

第三，政府监管部门对于电梯里的一些“辣眼”小广告、非法小广告，及时介入监管和查处。可在宣传栏、业主群、电梯口等位置公布市场监管部门投诉举报电话，方便业主反映电梯广告违法情况。此外，业主也应积极参与管理。根据有关规定，市民若是发现有涉嫌违法的电梯广告及相关行为，应积极、主动地向业主委员会或者物业管理部门投诉举报，也可通过拨打12345政务热线进行诉求登记，向有关部门进行投诉举报。

县政协 提案委员会 审查意见	☒同意立案。 提交 <u>县政府</u> 研究办理。 ☐不予立案。 作为委员来信或建议转有关部门、单位。 委员: <u>丁友平</u> <u>李乙加鑫</u>
县政协 分管主席 审核意见	同意 宋海宁 年 月 日
县政协 交办意见	主办单位: <u>县综合行政执法局</u> 协办单位: 年 月 日